

視点(914) アメリカ経済・流通の1990年代の大発展のメカニズム!!

経済評論家であり投資アナリストの「リチャード・クー氏」(野村総合研究所首席研究員)は、日経新聞紙上(2008年5月5日)で次のように語っています(文章の都合で筆者が若干変更しました)。

「日本の家計を取り巻く現状は厳しい。職を賃金の安い海外にとられ、消費や地域活性化といった内需拡大も手つかずのまま。経済成長は外需に依存するほかはなく、米国経済が減速すればその影響をまろに受ける構造になっている。しかも、政府は何もしようとはしない。また、バブル崩壊で借金だけ残った企業が一斉に借金返済に回ったため、企業の資金需要がなくなり、金利も大幅に低下した。多くの企業は債務の圧縮に成功したが、そのトラウマから今でも積極的に資金を調達しようとはせず、その結果、家計の金利収入も増えないのが実態だ。今の日本で投資を盛んにするには次のことが必要だ。日本の制度は欧米に追いつけ追い越せで整備されたが、この仕組みは後から追い上げてくる中国などを振り切るようにはできていない。逆に、欧米は1960年代に日本企業に突き上げられた経験を活かし、グーグルなど新しい価値を生む企業を育ててきた。中国に追いつかれないようにするには、日本でもそうした発想での投資が必要ではないか。日本の家計はリスク資産への投資に及び腰だ。世界的な勝ち組企業を増やせるかが、今後の投資のポイントといえる。」

確かにアメリカは、日本が工業生産を中心に1960年代から1970年代に追い上げ、アメリカは産業の空洞化を招き、1980年代にはもはや日本はアメリカを追い越したとまで過信しました。1980年代のアメリカは経済が停滞し、流通も買物の学習経験による消費力の増大が終わり、買う物がもはやない!!ことから価格破壊のバリュー業態のみが元気のある状態でした。このころのアメリカ産業を支えていたのは「石油産業」「消費流通産業」「軍需産業」「金融産業」で、原油安、消費の停滞化、ソ連崩壊寸前の軍需産業の衰退化、投資先のない株安の金融産業でした。また、不動産業も地価の下落で大不況でした。

しかし、アメリカは1991年を底に1992年から景気が回復し、その基軸となったのがIT(情報技術)産業です。アメリカ経済は日本経済の追い上げに対抗し、日本と同質経済で競争するのではなく、全く異なる敵の参入障壁の高い分野で独り勝ち産業を構築し、それを知的所有権で守り、新たな経済発展に結びつけました。その後、第1次イラク戦争、アフガン戦争、第2次イラク戦争...と最先端軍事技術を導入した戦争の遂行により軍需産業も復活し、原油産業も回復し、流通業(消費産業)も回復し、不動産業も回復し、2006年までの15年間に、成熟国家では見られないような経済の大発展を遂げました。

一方、アメリカは国内総生産(GDP)の7割を占める経済の中で、小売業・飲食業を含むサービス業は生産性の向上は困難であるとの考え方(ポーモルのコスト病)を脱皮して、1991~2006年の小売業の成長は15年間で2.3倍になりました(日本の小売業は、この間に15%マイナスになりました)。私は、この15年間の2.3倍の小売業の発展現象を「アメリカの1990年代の流通大躍進の奇跡」と呼んでいます(六車流：流通理論)。

アメリカの1990年代の流通大躍進の奇跡は、単にアメリカ経済が好況だったわけではなく、実は流通企業が構築した2つのノウハウがあったのです。1つは「IT企業による技術革新」、もう1つが「創意工夫による経営革新」でした。この2つの革新がアメリカの流通業を発展させ、15年間で小売業を2.3倍に成長させたのです。

アメリカ経済は、IT産業を基軸に金融業(単なるファイナンス=事業育成・再生向け金融の構築)、軍需産業(ITを駆使して敵の追従を許さない軍需技術へ再構築)、不動産業(リートや不動産再開発型ビジネスの構築)...等の新たな分野へ進出することにより、追いつがる日本経済を振り切りました。この新アメリカ経済の大躍進の基軸は、「創意工夫による発想の転換とIT技術が融合した新経済」です。しかし、アメリカ経済も15年間の奇跡の発展のビジネスモデルが、徐々にですが定番化(当たり前化)しています。

日本も、単にアメリカ経済の流通を模倣して改良するレベルでは、中国を中心とする後進国と同じレベルになり、今後の発展はありません。日本独自の創意工夫による発想で、2010年代に日本の流通大躍進(2025年までに2.5倍の小売販売額を達成する)の奇跡を成し遂げようではありませんか。この日本の流通大躍進の奇跡における基軸となるのは、日本人が長年の年月をかけて貯えた世界最大の資金である1,500兆円の個人金融資産です。新たなライフスタイルを提案する企業への消費サイクルと新たな流通勝ち組企業への投資サイクルが、日本における2010年代の大躍進の奇跡へと導きます。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車 秀之